# Warszawa, 21 czerwca 2013 roku

Jarosław Mojsiejuk

Prezes Stowarzyszenia Dystrybutorów

Programów Telewizyjnych SYGNAŁ

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Departament Własności Intelektualnej i Mediów

**Dotyczy: Stanowisko Stowarzyszenia Dystrybutorów Programów Telewizyjnych SYGNAL wobec dokumentu *ZIELONA KSIĘGA Przygotowanie do nadejścia zintegrowanych mediów audiowizualnych: wzrost gospodarczy, twórczość i wartość***wydanego przez Komisję Europejską 24.04.2013 r. w Brukseli

Szanowni Państwo,

W nawiązaniu do korespondencji z dnia 21 maja 2013 roku na wstępie pragniemy wyrazić zadowolenie, że podjęte zostały prace w kierunku stworzenia ram prawnych do rozwoju innowacyjnych przedsięwzięć dotyczących mediów audiowizualnych. Brak jednolitego systemu prawnego jest przyczyną powstawania nierównych szans na rynku cyfrowym i stanowi niejednokrotnie formę przyzwolenia na działalność realizowaną poza prawem, jak nielegalny obieg treści audiowizualnych.

W opracowywaniu regulacji dotyczących zintegrowanych mediów audiowizualnych należy uwzględniać kluczowy aspekty, które mają swoje odzwierciedlenie także w odpowiedziach na zadanie pytania.

Niezbędne jest dostosowanie systemu prawnego i jego egzekucji do specyfiki rynku cyfrowego tak, aby skutecznie chronić własność intelektualną dystrybuowaną cyfrowo. Obecnie straty na poziomie krajowym wynikające z nielegalnego obiegu treści w środowisku cyfrowym wynoszą około 3 mld rocznie. Sam nielegalny obrót treściami audiowizualnymi to straty rzędu 1 mld rocznie. Piractwo internetowe, poprzez brak skutecznej ochrony własności intelektualnej oraz system prawny pozostawiający luki i tworzący możliwości nadużyć, stało się dochodową działalnością realizowaną przez firmy niejednokrotnie powiązane z międzynarodowymi grupami przestępczymi. Brak odpowiedniego systemu prawnego ograniczającego funkcjonowanie nielegalnego obiegu kultury i treści rozrywkowych oraz brak skutecznego egzekwowania praw przez służby do tego powołane powoduje spowolnienie rozwoju sektora mediów cyfrowych. Inwestowanie w produkcję i projekty audiowizualne staje się zbyt ryzykowane, gdy na jedną legalną transmisję, pomimo podejmowanych działań związanych ze zgłaszaniem nadużyć serwisom oferującym sygnał bez posiadania stosownych praw, przypada od dwóch do czterech pirackich transmisji. Cyfrowy rynek audiowizualny w Polsce jest nadal na etapie wczesnego rozwoju i nie generuje jeszcze zysku, lecz wymaga inwestycji.

Problem ten dostrzegła Komisja Europejska która m.in. opublikowała w dniu 11 stycznia 2012 r. komunikat „Spójne ramy na rzecz wzmocnienia zaufania na jednolitym rynku cyfrowym handlu elektronicznego i usług online” (dokument nr COM (2011) 942 ), w którym czytamy: „*Powód do obaw stanowią również w przypadku naruszenia praw własności intelektualnej*”. W tym kontekście Komisja zwróciła uwagę, że „*internet wykorzystuje się jako narzędzie rozpowszechniania produktów lub usług naruszających prawo własności intelektualnej, podrobionych lub pirackich. Ochrona praw własności intelektualnej jest niezbędna w gospodarkach opartych na wiedzy; Unia Europejska aktywnie zwalcza zjawisko podrabiania i piractwa*”. Bez prawnej ochrony legalnej działalności i przy przyzwoleniu rządu i organów wymiaru sprawiedliwości i ścigania na funkcjonowanie nielegalnego obiegu kradzionych treści audiowizualnych sytuacja ta nie będzie się zmieniała w tempie stosownym do potencjału tego rynku.

**Poniżej znajdą Państwo odpowiedzi na pytania zadane w korespondencji z 21 maja 2013 roku.**

1. **Które czynniki umożliwiają amerykańskim przedsiębiorstwom dochodową działalność na rozdrobnionym rynku UE, pomimo barier językowych i kulturowych, podczas gdy nie udaje się to wielu przedsiębiorstwom z UE? Jakie czynniki stanowią przeszkody dla przedsiębiorstw z UE?**

Problem nierównych warunków konkurencyjności krajów z UE a firm i usług zarejestrowanych poza Unią Europejską (w tym w Stanach Zjednoczonych) jest jednym z dominujących zagrożeń dla rynku audiowizualnego online i całego rynku mediów cyfrowych. Na samym polskim rynku firmy spoza UE działające w branży internetowej odpowiadają za ponad połowę wpływów z reklam internetowych, a udział ten stale rośnie. Uwzględniając te dwa różne aspekty nierównych warunków konkurencyjności dla polskich i zagranicznych podmiotów uważamy, że w przypadku mediów i usług internetowych odpowiedzialność prawna powinna być ustalana na podstawie kraju „targetowania” usługi (określonego np. na podstawie języka, czasami waluty oraz działań promocyjnych), a nie kraju rejestracji działalności bądź ulokowania serwerów. Znaczenie stosowanych obecnie kryteriów oceny podlegania firmy określonej jurysdykcji będą traciły na znaczeniu ze względu na zmieniający się system przetwarzania danych online, w tym trend przetwarzania danych w tzw. „chmurze”. Projektując regulacje z perspektywą ich wdrożenia w ciągu 2-5 lat należy brać pod uwagę kwestie zmian w stosowanej technologii.

1. **Jakie czynniki wpływają na dostępność treści o najwyższej oglądalności? Czy w odniesieniu do treści o wysokiej oglądalności stosuje się na poziomie hurtowym praktyki, które mają wpływ na dostęp do rynku i możliwości prowadzenia zrównoważonej działalności gospodarczej? Jeśli tak, jaki ma to wpływ na konsumentów? Czy istnieje potrzeba interwencji regulacyjnej wykraczającej poza stosowanie obowiązujących reguł konkurencji?**

Właściciele praw do treści o najwyższej oglądalności (międzynarodowe rozgrywki sportowe, filmy hollywoodzkie) oferują treści w cenach hurtowych niedostosowanych do realiów dystrybutorów internetowych działających lokalnie, a oczekiwania wyjściowe wobec dystrybutorów są niemożliwe do spełnienia przez większość podmiotów działających na rynku krajowym, co w efekcie prowadzi do braku legalnego dostępu dla polskich internautów do popularnych wydarzeń i prowokuje odbiorców końcowych do poszukiwania treści w nielegalnym obiegu. Duże wytwórnie filmowe oczekują nieraz płatności z góry, której wartość nie jest dostosowana do potencjalnych zysków z danego kraju tym bardziej w przypadku braku skutecznych działań państwa i sprzedawców praw w zakresie ścigania i likwidowania przestępczości internetowej związanej z łamanie praw własności intelektualnej.

Dlatego też należy poważnie rozważyć wprowadzanie systemu hurtowego dostępu do treści o najwyższej oglądalności.

1. **Czy istnieją przeszkody, które wymagają działań regulacyjnych w odniesieniu do dostępu do platform?**
2. **Czy obecne wymogi dyrektywy w sprawie audiowizualnych utworów medialnych są najlepszym sposobem promowania tworzenia, dystrybucji, dostępności i atrakcyjności rynkowej utworów europejskich?**

Decydowanie o ofercie komercyjnych usług VOD na poziomie regulacji unijnej czy krajowej tworzy barierę wejścia na rynek dla małych podmiotów, które zobowiązane są do wykupienia praw do określonych treści lub promowania ich w innej formie. Takie założenie uderza także w wolność działalności gospodarczej i automatycznie wyklucza pewne typy usług jak np. serwis z kinem kraju pozaeuropejskiego. W końcu też narzucanie takich usług stoi w sprzeczności z naturą usług internetowych, gdzie to nie nadawcy, lecz odbiorcy decydują, które treści będą oglądane. Regulacja taka zatem nie ma istotnego wpływu na promocję treści europejskich, natomiast stanowi barierę dla przedsiębiorców. W Polsce regulacja dotycząca promocji treści europejskich poszła znacznie dalej niż oczekuje tego dyrektywa i wymaga minimum 20% udział treści europejskich w ofercie. Narzucanie podmiotom funkcjonującym na tym rynku odgórnie limitów w tym zakresie nie przyczyni się w naszej ocenie ani do tworzenia, ani tym bardziej do dystrybucji, dostępności i atrakcyjności rynkowej utworów europejskich. Zdecydowanie skuteczniejsze byłoby wprowadzenie regulacji prawnych, które ułatwiałyby np. młodym filmowcom nie tylko pozyskanie funduszy od sponsorów na realizację ich projektów filmowych, ale też takie, które mogłyby przynieść – podmiotom zapewniającym takie wsparcie – wymierne korzyści. Skuteczniejszą metodą promocji treści europejskich byłoby wsparcie kinematografii europejskiej.

Dlatego też w naszym przekonaniu treści europejskie są obecnie w sposób wystarczający promowane zarówno w usługach audiowizualnych linearnych, jak i nielinearnych. Kwoty europejskie już obecnie są ustawione na poziomie wysokim, a wszelkie zmiany nie będą uwzględniały preferencji klientów. Regulacje te bowiem powinny być zawsze w sposób realny skorelowane z popytem i możliwościami klientów.

1. **W jaki sposób konwergencja oraz zmieniające się zachowania konsumentów wpływają na obecny system finansowania treści? W jaki sposób poszczególne podmioty w ramach nowego łańcucha wartości przyczyniają się do finansowania utworów europejskich?**
2. **Czy istnieje potrzeba podjęcia działań na poziomie UE w celu rozwiązania problemu rzeczywistej lub potencjalnej fragmentacji i w celu zapewnienia interoperacyjności w całej UE? Czy istnieje potrzeba opracowania nowych lub zaktualizowania obowiązujących norm rynkowych?**

W zakresie interoperacyjność telewizji hybrydowej, uważamy, że konieczne jest ujednolicenie standardów specyfikacji urządzeń technicznych w zakresie udostępniania i zabezpieczania treści (DRM), aby wszyscy operatorzy mogli oferować dostęp do swoich serwisów na równych zasadach. Producenci sprzętu nie powinni mieć możliwości wprowadzania tylko wybranych serwisów.

1. **Jakie znaczenie mają różnice między poszczególnymi platformami dostarczającymi treści (np. nadawcy naziemni i satelitarni, dostawcy przewodowego Internetu szerokopasmowego, w tym także sieci kablowe, sieci łączności ruchomej) pod względem doświadczenia klientów i realizowania obowiązków użyteczności publicznej?**
2. **Jakie modele przydziału i współdzielenia częstotliwości mogą zwiększyć możliwości rozwoju dla nadawców, mobilnych usług szerokopasmowych i innych aplikacji (takich jak urządzenia wykorzystywane do realizacji programów) działających w takich samych pasmach częstotliwości?**

Konwergencja usług i treści już obecnie jest dość widoczna i wszystko wskazuje, że będzie się pogłębiać w coraz szybszym tempie. A zatem również widmo częstotliwości nie powinno być na sztywno przypisywane do rodzaju treści, ale powinno być postrzegane jedynie jako medium transmisyjne zapewniające jedynie kanał transmisyjny.

1. **Jakie konkretne potrzeby w zakresie analizy kwestii związanych z widmem należy spełnić, aby zwiększyć te możliwości rozwoju?**
2. **Uwzględniając konwergencję między mediami, czy istnieją dowody na występowanie zakłóceń rynku spowodowanych rożnymi uregulowaniami usług linearnych i nielinearnych? Jeżeli tak, w jaki sposób można najlepiej rozwiązać kwestię tych zakłóceń, zapewniając jednocześnie ochronę wartości leżących u podstaw unijnych ram regulacyjnych dotyczących audiowizualnych usług medialnych?**

W przypadku dynamicznie rozwijającego się rynku sektora audiowizualnego, konieczne jest zachowanie zasady neutralności technologicznej regulacji. Jej brak może powodować permanentną konieczność dostosowania zmieniających się rozwiązań do zbyt sztywnych przepisów, co w konsekwencji może prowadzić do niemożności świadczenia usługi w ogóle.

Usługi VOD różnią się diametralnie od modelu linearnego zatem niewłaściwym byłaby próba kopiowania zapisów odnoszących się do linearnych świadczeń telewizyjnych na obszar usług na życzenie. Cyfrowe usługi audiowizualne wymagają innego systemu regulacji niż usługi telewizyjne. Kopiowanie takich zapisów, co miało miejsce w dotychczasowych implementacjach do porządku krajowego dyrektywy audiowizualnej, wskazuje na brak uwzględnienia natury usług VOD oraz specyfiki konsumpcji treści wideo w modelu nielinearnym, co w konsekwencji tworzy normy niejednokrotnie niemożliwe do egzekucji. Wiele zagadnień i zapisów stosowanych w przypadku telewizji tradycyjnej nie ma bowiem zastosowania w przypadku usług VOD.

1. **Czy istnieje potrzeba dostosowania definicji dostawców audiowizualnych usług medialnych lub zakresu dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, tak aby podmioty nieobjęte aktualnie zakresem dyrektywy zaczęły podlegać niektórym lub wszystkim wynikającym z niej zobowiązaniom, czy też istnieją inne sposoby ochrony wartości? W których dziedzinach można położyć nacisk na samoregulację/współregulację?**

W określeniu granic regulacji i definicji dostawców podlegających regulacjom należy uwzględnić też kraj „targetowania” usługi, a nie rejestracji dostawcy audiowizualnego. Biorąc pod uwagę kierunki rozwoju nowych mediów lokalizacja serwera lub miejsca pracy związanej z określoną usługą ma coraz mniejsze znaczenie. Branie pod uwagę tych czynników wpływać może na pogorszenie sytuacji konsumentów jak i legalnie działających firm zarejestrowanych w danym kraju, którzy mogą mieć utrudniony proces ubiegania się o ochronę swoich praw.

Brak ujednolicenia warunków do prowadzenia działalności przedsiębiorcom świadczącym usługi w danym kraju prowadzić może poprzez nierówne warunki konkurencyjne do rejestracji działalności poza granicami kraju, co jest niekorzystne dla polskiej i europejskiej gospodarki, której rząd traktuje przecież innowacyjność i cyfryzację kraju za jeden z swoich priorytetów w strategii długofalowej.

Obecne regulacje nie sprzyjają prowadzeniu tego typu działalności gospodarczej w Polsce, a już na pewno nie pozwalają, by wciąż rozwijający się rynek tzw. „nowych mediów”, czy też „nowych technologii” miał szanse konkurować na rynku ogólnoświatowym.

1. **Jaki wpływ miałaby zmiana podejścia regulacyjnego w sektorze audiowizualnym na zasadę kraju pochodzenia, a w związku z tym na jednolity rynek?**

Przyjęcie kraju pochodzenia za podstawę do odpowiedzialności prawnej danego podmiotu świadczącego usługi ma negatywny wpływ na polską gospodarkę cyfrową, konkurencyjność w sektorze, ochronę polskiej innowacyjności oraz konsumentów. Praktycznie niemożliwe jest dochodzenie roszczeń cywilnoprawnych wobec podmiotów zarejestrowanych w takich krajach jak Belize, Wyspy Marshala, a ściganie prawnokarne napotyka na niedające się usunąć przeszkody nawet w stosunku do podmiotów pochodzących z jednego z krajów UE tj. Cyprze ze względu na brak możliwości uzyskania pomocy prawnej. Podmioty nie ponoszą ciężarów związanych z wykonywaniem obowiązków i prowadzą działalność na zasadzie absolutnie nieuczciwej konkurencji żywiącej się kradzionym kontentem. Podstawą do odpowiedzialności prawnej zarówno w kwestii usług audiowizualnych, jak i innych świadczonych drogą elektroniczną powinien być kraj „targetowania” czy świadczenia usługi, a nie kraj pochodzenia. Tylko jeśli wszystkie firmy świadczące usługi skierowane do mieszkańców danego kraju będą podlegały tym samym regulacjom możemy mówić o rzeczywistym, a nie pozornym ujednoliceniu rynku cyfrowego.

Wymaga to nie tylko ujednolicenia regulacji w ramach UE, lecz także porozumień z krajami z poza UE, w tym ze Stanami Zjednoczonymi i krajami azjatyckimi. Podejście regulacyjne w sektorze audiowizualnym zgodne z zasadą pochodzenia stoi w oczywistej sprzeczności z ideą ujednolicenia zasad świadczenia usług i jest istotnym utrudnieniem w prowadzeniu spraw sądowych związanych z ochroną praw przedsiębiorstw i konsumentów łamanych przez usługi świadczone na terenie naszego kraju, chociaż formalnie mających siedzibę w innych państwach. Co więcej, nie do przyjęcia jest to, że jedno z państw Unii Europejskiej, a konkretnie – Cypr - jest „mekką” dla podmiotów naruszających prawa uprawnionych i czerpie niewątpliwie z tego tytułu korzyści (np. w postaci podatków płaconych tam przez te podmioty). Jednocześnie inne kraje UE, w tym Polska i jej obywatele oraz przedsiębiorcy działający w Polsce, nie mają w zasadzie żadnych szans, by temu przeciwdziałać.

Nie ulega wątpliwości, że ponadgraniczny charakter Internetu odgrywa w tym przypadku pierwszoplanową rolę i właśnie ta cecha - immanentnie związana z rynkiem usług audiowizualnych świadczonych na żądanie – winna być brana pod uwagę przy tworzeniu wszelkich regulacji i/lub zmiany obecnie obowiązujących.

1. **Czy zwiększona konwergencja w sektorze audiowizualnym stawia związek między przepisami dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych a przepisami dyrektywy o handlu elektronicznym ECD w nowym świetle, a jeżeli tak, to w jakich dziedzinach? Proszę podać praktyczne przykłady.**

Zwiększona konwergencja w sektorze audiowizualnym polega m.in. na wykorzystywaniu tych samych modeli biznesowych (np. rodzajów usług) na różnych polach eksploatacji, w tym stosunkowo świeżych – związanych z rozwojem globalnej sieci Internet.

To zaś rodzi konieczność różnicowania oferty skierowanej do konsumentów w zależności od tego, w jakiej technologii jest świadczona usługa – ten bezsporny stan rzeczy budzi tym większe zdziwienie, iż w UE od dawna szeroko postulowana jest neutralność technologiczna.

Wyżej wspomniane różnice wynikają z faktu, iż np. inne obowiązki informacyjne wobec konsumentów ciążą na usługodawcy świadczącym usługi w modelu VOD za pomocą przekazu satelitarnego, a inne na usługodawcy świadczącym taką samą usługę w sieci IP (która w tym przypadku będzie zakwalifikowana także jako usługa świadczona drogą elektroniczną).

To samo dotyczy usług, które pozostają bezpośrednio poza spektrum regulacji polskich ustaw będących (w obecnym kształcie) wynikiem transpozycji obu wskazanych w pytaniu dyrektyw tj. np. usług typu pay-per-view. W zależności od tego, z jakiej technologii korzysta podmiot świadczący tego typu usługę, świadczenie to jest albo usługą świadczoną drogą elektroniczną i audiowizualną usługą medialną na żądanie, albo – przyjmując literalne brzmienie definicji ustawowych – pozostaje poza zakresem regulacji ustawodawcy, bądź też - odnosząc do wykładni funkcjonalnej tych samych definicji – może być uznana wyłącznie za audiowizualną usługę na żądanie.

Taki stan rzeczy jest dużym obciążeniem dla przedsiębiorców działających na tym rynku, gdyż powoduje wiele problemów z szeroko pojętą obsługą klienta (usługa jest tożsama np. VOD bądź PPV i działa na tych samych zasadach, ale ze względu na technologię jej świadczenia, wymaga np. różnych regulaminów, trybów rozpatrywania reklamacji, wiąże się z działalnością innego regulatora itd.). To powoduje zwiększenie kosztów obsługi, wydłużenie czasu przygotowania startu takich usług (każdy proces musi być zweryfikowany pod kątem co najmniej 2 różnych reżimów ustawowych) oraz brak zrozumienia po stronie klientów skąd biorą się różnice – jest to zatem skrajnie niewygodne dla podmiotów chcących świadczyć jednakowe usługi na różnych polach eksploatacji i całkowicie sprzeczne z duchem ww. dyrektyw.

1. **Jakie inicjatywy na poziomie europejskim mogłyby przyczynić się do podniesienia poziomu umiejętności korzystania z mediów w całej Europie?**
2. **Czy możliwość wcześniejszego określenia wyboru za pomocą mechanizmów filtrujących, w tym wyszukiwarek, powinna podlegać interwencji publicznej na poziomie UE?**
3. **Jaki powinien być zakres obowiązujących uregulowań dotyczących dostępu (art. 6 dyrektywy o dostępie) oraz usługi powszechnej (art. 31 dyrektywy o usłudze powszechnej), mając na uwadze coraz większą konwergencję usług linearnych i nielinearnych na wspólnych platformach? Czy w zintegrowanym środowisku nadawczym/szerokopasmowym istnieją szczególne potrzeby zapewnienia dostępu do treści „o charakterze ogólnym” oraz zapewnienia wygody wyszukiwania i oglądania takich treści?**

Jednym z narzędzi zapewniających pluralizm mediów jest obowiązująca zasada Must Carry/Must Offer. Dlatego też uważamy, iż ten obowiązek powinien zostać poddany gruntownej analizie na poziomie UE, tak w aspekcie neutralności technologicznej, jak i doboru programów wchodzących w skład tego obowiązku. Należy pamiętać, iż programy objęte must carry są uprzywilejowane, gdyż muszą być dystrybuowane przez wszystkich operatorów. Jest to także narzędzie, które decyzje o największym uprzywilejowaniu nadawcy na rynku. Dlatego też w tym aspekcie należałoby zastanowić się na ujednoliceniem kryteriów podlegania nadawców temu obowiązkowi. Do rozważanie może być również forma aplikowania i zatwierdzenia przez organy regulacyjne programów podlegających przedmiotowemu obowiązkowi.

W kontekście dostępu do nielinearnych treści audiowizualnych, postulować można ewentualnie objęcie tzw. obowiązkiem must carry niektórych audycji wchodzących w skład linearnych programów telewizyjnych must carry (np. audycji informacyjnych).

Trzeba jednak pamiętać, iż treści udostępniane w ramach audiowizualnych usług nielinearnych są bardzo szczelnie chronione prawem autorskim, a ich pozyskiwanie wiąże się ze znacznymi kosztami.

Nadkładanie na dostawców usług nielinearnych jakiegokolwiek obowiązku must carry musiałoby się wiązać z analogicznym, jak w przypadku telewizyjnych usług linearnych, nieodpłatnym udostępnianiem treści objętych tym obowiązkiem przez podmioty uprawnione, a to na pewno wywołałoby niezadowolenie w środowisku twórczym.

W odniesieniu do wygody wyszukiwania wypada podkreślić, iż leży w interesie wszystkich podmiotów działających na rynku usług audiowizualnych, aby klient mógł swobodnie/dowolnie przeszukiwać katalogi, ponieważ przekłada się to m.in. na atrakcyjność usługi. Zaś co się tyczy wygody oglądania, to czy można chcieć więcej niż „w momencie wybranym” przez klienta i „na jego życzenie”? Analizując, nawet pobieżnie, rozwiązania stosowane obecnie przez dostawców usług audiowizualnych, stwierdzić należy, iż potrzeba „wygodnego wyszukiwania i wygodnego oglądania” już dawno zostały zidentyfikowane i zaspokojone przez usługodawców, więc nie istnieją podstawy do ingerencji legislacyjnej tym zakresie, bowiem obecny poziom wygody wyszukiwania oraz oglądania należy uznać za satysfakcjonujący.

Natomiast z dużym niepokojem przyjmujemy propozycje dalszych regulacji serwisów dodanych i dyskusję nad ewentualną unifikacją EPG, którą uważamy za niepotrzebną. Nadawcy, producenci urządzeń, dostawcy treści początkowo sami zaproponowali klientom i użytkownikom elektroniczne przewodniki, dlatego w momencie, gdy stały się pewnym standardem, jednocześnie wyróżniającym danego dostawcę, wszelka regulacja i narzucenie ogólnego standardu, czyli unifikacja, wydaje się niepotrzebna.

Uważamy, iż kolejność EPG powinna być kształtowana przez operatora. Jest to element odróżniający operatorów, którzy dostosowują kolejność do preferencji swoich klientów. Dostrzegamy jednocześnie pojawiająca się obecnie praktykę w zakresie prób uzależniania przez nadawców objętych zasadą „must offer” udzielenia zgody na rozprowadzanie programu opisanego w art. 43 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, od jego umieszczenia na określonej pozycji w EPG, dla którego to działania nie znajdujemy podstawy prawnej w regulacjach krajowych, jak i UE.

1. **Czy obowiązujące obecnie przepisy dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych dotyczące przekazów handlowych będą nadal właściwe w sytuacji gdy konwergencja mediów stanie rzeczywistością? Proszę podać konkretne przykłady.**

Problem dotyczący „przekazów handlowych” istnieje już nawet przy obecnym poziomie konwergencji mediów, ponieważ pojęcie to jest niezwykle szerokie, a jednocześnie łączy się z nim bardzo wiele obowiązków takich, jak odpowiednie oznaczanie audycji (np. pod katem lokowania produktów), nieumieszczenie pewnego rodzaju przekazów handlowych przy niektórych kategoriach audycji (np. dla dzieci) - to zaś wymaga dodatkowych nakładów pracy i kosztów.

Ponadto dostawca usługi audiowizualnej często nie dysponuje środkami pozwalającymi jednoznacznie stwierdzić czy coś jest lokowaniem produktu, sponsoringiem czy telesprzedażą itp. W celu dokonania odpowiedniej kwalifikacji prezentowanych treści, dostawca nielinearnych usług audiowizualnych musiałby prowadzić coś w rodzaju cenzury prewencyjnej tj. obejrzeć każdy materiał przed umieszczeniem go w katalogu oraz mieć bardzo bogate doświadczenie w dziedzinie, która do tej pory była przypisana *stricte* do usług linearnych. Już teraz wytyczne krajowego regulatora (Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji) odnoszące się do usług VOD różnią się od tych, którym podlegają usługi linearne pomimo, iż są one kontrolowanego przez ten sam urząd. Różnice polegają np. na innych kategoriach wiekowych, jakie należy stosować przy znakowaniu treści. Regulator także wskazuje za nieodpowiednie do prezentowania treści w modelu VOD, które bez zastrzeżeń są emitowane w telewizji otwartej.

1. **Jakie instrumenty regulacyjne byłyby najlepiej dostosowane do szybko zmieniających się technik reklamy? Czy istnieje możliwość dalszej samoregulacji/współregulacji?**

Branża reklamy internetowej w Polsce, ale także w Europie w ciągu ostatnich kilku lat pokazała sprawność w stanowieniu i wdrażaniu samoregulacji i współregulacji. Model reklamowy odpowiada wciąż za około 90% przychodów całego sektora internetowego, zatem regulacje niedostosowane do możliwości i specyfiki tego sektora mogą istotnie przyczynić się nie pogorszenia sytuacji jego całego stanowiącego istotny obszar przedsiębiorczości i grupę pracodawców.

1. **Kto powinien mieć prawo podjęcia ostatecznej decyzji w sprawie dopuszczenia bądź zakazu stosowania „nakładek reklamowych” lub innych nowatorskich technik na ekranie?**

Prawo podjęcia ostatecznej decyzji w sprawie dopuszczenia bądź zakazu stosowania „nakładek reklamowych” lub innych nowatorskich technik na ekranie powinien mieć dostawca usługi audiowizualnej, ponieważ to on zestawia katalog - powinien zatem mieć decydujący wpływ na kształt usługi, pozycjonowanie swojego produktu oraz możliwości uatrakcyjnienia oferty.

Konsument tymczasem powinien mieć możliwość zadecydowania, czy życzy sobie obejrzeć taką „nakładkę” i obejrzeć treści za darmo lub w promocyjnej cenie czy też woli zapłacić więcej i uzyskać dostęp do „czystej” treści usługi audiowizualnej.

1. **Czy obowiązujące przepisy dyrektywy o audiowizualnych przepisach medialnych są w stanie zapewnić ochronę nieletnich w świecie mediów, w którym zachodzi konwergencja?**

Obowiązujące przepisy dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych ustanowiły pewne ogólne reguły ochrony małoletnich przed dostępem do przekazów mogących poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich pozostawiając państwom członkowskim miejsce dla wprowadzenia bardziej szczegółowych uregulowań odnośnie ochrony małoletnich przed dostępem do szkodliwych treści.

Po wprowadzeniu do polskiego porządku prawnego nowelizacji Ustawy o Radiofonii i Telewizji wdrożony został obowiązek znakowania treści, dzięki któremu odbiorca jest poinformowany o przeznaczeniu danego materiału VOD stosownie do wieku odbiorcy. Oznaczenie jest łatwo dostępne nie tylko w trakcie odtwarzania materiału, lecz także przed jego aktywacją, aby użytkownik miał pełną informację o charakterze wybieranych treści przed ich uruchomieniem.

Zgodnie z znowelizowaną Ustawą o Radiofonii i Telewizji obejmującą obecnie także usługi VOD zabronione jest publiczne udostępnianie audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, w ramach której są dostępne w katalogu audycje lub inne przekazy zawierające treści mogące poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich bez stosowania zabezpieczeń technicznych lub innych odpowiednich środków, mających na celu ochronę małoletnich przed ich odbiorem. Stosowanie technicznych zabezpieczeń zostało wskazane jako jedno z możliwych sposobów ochrony małoletnich przed dostępem do treści dla nich szkodliwych. W tym przypadku rekomendujemy zastosowanie samoregulacji branżowej, gdyż specyfika świadczenia usług internetowych wymaga odmiennego rozwiązania technicznego niż stosowane są w usługach np. telewizji płatnej tak, aby były one możliwe do wdrożenia dla wszystkich objętych regulacją podmiotów bez ponoszenia niewspółmiernych kosztów oraz aby rozwiązania te nie odbiegały od standardów stosowanych obecnie w Internecie wobec ograniczenia dostępu do treści nieodpowiednich dla małoletnich, lecz niebędących treściami audiowizualnymi (lecz np. informacjami tekstowymi, graficznych itp.).

1. **Mimo iż narzędzia kontroli rodzicielskiej są coraz częściej dostępne w urządzeniach i platformach służących do oglądania treści, jak do tej pory ich wykorzystanie wydaje się ograniczone. Jakie mechanizmy mogłyby uświadomić rodzicom istnienie takich narzędzi?**

Konieczność używania przez rodziców narządzi uniemożliwiających dostęp małoletnich do oglądania treści dla nich nieodpowiednich i szkodliwych powinna być stale nagłaśniana jako jeden z przykładów umiejętnego korzystania z mediów, w tym w szczególności z Internetu. Należy cały czas uświadamiać rodzicom jak ważne jest używanie narzędzi kontroli rodzicielskiej, jakie może przynieść pozytywy i jakie negatywne konsekwencje może nieść ze sobą zbagatelizowanie problemu i zaniechanie używania narzędzi kontroli rodzicielskiej.

1. **Jakie środki byłyby odpowiednie do skutecznej weryfikacji wieku odbiorców treści audiowizualnych udostępnianych w internecie?**

Na chwilę obecną wydaje się, że brak jest środków za pomocą, których można byłoby skutecznie weryfikować wiek odbiorców treści audiowizualnych udostępnianych w Internecie. Praktyka pokazuje jednak, że podczas weryfikacji wieku poprzez prośbę o potwierdzenie pełnoletniości wielu widzów rezygnuje z uruchomienia dostępu do danej treści. Pokazuje to, że czytelna informacja ma kluczowe znaczenie w zapewnieniu wyboru internautom, a dodatkowy etap weryfikacji stanowi barierę w dostępie do treści nieodpowiednich dla odbiorców. Należy pamiętać, że w kwestii ochrony małoletnich kluczowa jest rola rodziców i opiekunów, którzy poprzez programy ochrony rodzicielskiej oraz edukację małoletnich przygotowują ich bezpiecznego korzystania z mediów elektronicznych.

1. **Czy dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych należy zmienić w celu uwzględnienia zwłaszcza takich kwestii jak oznaczanie treści, klasyfikacja treści oraz kontrola rodzicielska w różnych kanałach transmisji?**

Obowiązujące przepisy dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych ustanowiły pewne ogólne reguły ochrony małoletnich przed dostępem do przekazów mogących poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich i nie ma potrzeby wprowadzania do dyrektywy regulacji bardziej szczegółowych, pozostawiając państwom członkowskim wybór sposobu tej ochrony. Uwzględnianie w dyrektywie takich kwestii jak oznaczanie treści, klasyfikacja treści oraz kontrola rodzicielska w różnych kanałach transmisji jest zbędne, z uwagi na to, że kwestie te mogą zostać uregulowane w przepisach prawa obowiązujących w poszczególnych państwach członkowskich, czego przykładem jest ostatnia nowelizacja Ustawy o Radiofonii i Telewizji.

1. **Czy użytkownicy powinni być lepiej informowani o tym, gdzie i w jaki sposób możliwe jest przekazywanie uwag lub składanie skarg dotyczących różnych rodzajów treści i uzyskać więcej praw w tym zakresie? Czy obecne mechanizmy rozpatrywania skarg są odpowiednie?**

W dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych brak przepisów regulujących kwestię przekazywania przez widzów uwag lub składania skarg na treści mogące poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich. Brak jest również odpowiednich uregulowań w obowiązujących przepisach prawa polskiego odnośnie tej kwestii. Możliwość zgłoszenia uwag czy złożenia skargi do Rzecznika Praw Dziecka nie wydaje się skutecznym i efektywnym sposobem reakcji na treści mogące poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich. Dlatego istotne jest, aby poszczególne państwa członkowskie uregulowały tę kwestię na szczeblu ustawowym poprzez stworzenie przepisów określających szczegółowo tryb składania uwag lub skarg, w tym w szczególności organ, do którego należy te uwagi i skargi zgłaszać.

1. **Czy środki, za pomocą których rozpatrywane są skargi (finansowe, regulacyjne i inne), są w stanie zapewnić odpowiednie informacje zwrotne będące następstwem sprawozdań dotyczących szkodliwych lub nielegalnych treści, w szczególności z udziałem dzieci? Jaka powinna być rola/zakres obowiązków władz publicznych, organizacji pozarządowych oraz dostawców produktów i usług w zapewnieniu prawidłowego dostarczenia odpowiednich informacji zwrotnych do osób, które zgłosiły szkodliwe lub nielegalne treści i złożyły skargi?**

Istniejące w prawie polskim uregulowania dotyczących przekazywania przez widzów uwag lub składania skarg na treści mogące poważanie zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu małoletnich np. możliwość zgłoszenia uwag do Rzecznika Praw Dziecka nie są w stanie zapewnić odpowiedniej informacji zwrotnej będącej następstwem sprawozdań dotyczących treści szkodliwych dla małoletnich.

**26. Czy potrzebne są dodatkowe działania normalizacyjne w tej dziedzinie?**

Z punktu widzenia osób niepełnosprawnych rozwiązanie przyjęte w dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych polegające na zobowiązaniu państw członkowskim do zachęcania dostawców usług medialnych do stopniowego udostępniania usług osobom z upośledzeniem słuch lub wzroku jest pożądanym kierunkiem rozwoju usług audiowizualnych.

Poziom wywiązywania się przez dostawców usług audiowizualnych z tego obowiązku zależny jest od jakości i kompletności materiałów przekazywanych przez dostawców treści. Platformy VOD świadczą bowiem usługi dystrybucji treści i przeważnie nie mają wpływu na nie same, a jedynie na ich katalogowanie i udostępnianie. Stąd być może w trosce o dobro osób niepełnosprawnych należałoby się zastanowić nad wprowadzeniem obowiązku dostosowania przez producentów i dostawców audycji i przekazów udostępnianych w ramach audiowizualnych usług do potrzeb osób niepełnosprawnych tak, aby trafiając do platformy VOD spełniały one już wymogi osób z upośledzeniem słuchu lub wzroku.

Tym niemniej w tej delikatnej materii należy mieć na względzie nie tylko prawa i potrzeby osób z upośledzeniem wzroku czy słuchu, ale i możliwości producentów i dostawców treści. Nie można bowiem zapominać, że proces dostosowania audycji i przekazów do potrzeb osób niepełnosprawnych jest czasochłonny i kosztowny i zbyt restrykcyjne obowiązki mogą stanowić barierę w produkcji nowych treści. Także dostawcy medialnych usług audiowizualnych stoją przed wymogiem dostosowania technicznego swoich usług do prezentowania treści w formie odpowiedniej dla osób niepełnosprawnych.

Tym samym na chwilę obecną rozwiązanie przyjęte w dyrektywie należy uznać za wystarczające, a co za tym idzie nie wydaje się, aby jakiekolwiek inne działania normalizacyjne w tej kwestii były potrzebne. Dostawcy usług VOD mają obowiązek sprawozdawczości w zakresie dostosowywania usług do potrzeb osób niepełnosprawnych, co prowokuje do podejmowania, w miarę możliwości biznesowych i technicznych, działań mających na celu wprowadzenie udogodnień dla osób z upośledzeniem wzroku lub słuchu.

1. **Jakie zachęty można wprowadzić w celu zwiększenia inwestycji w innowacyjne usługi przeznaczone dla osób niepełnosprawnych?**

W celu zwiększenia inwestycji w innowacyjne usługi przeznaczone dla osób niepełnosprawnych należałoby rozważyć wprowadzenie ulg lub innych udogodnień dla przedsiębiorców, którzy będą stosować wymagania dostępności w zakresie stron www oraz wykazywać się dobrymi praktykami w zakresie udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Można również wspierać promocję dobrych praktyk poprzez rządowe programy pomocowe.

Jarosław Mojsiejuk

Prezes SDPD SYGNAŁ

**Stowarzyszenie Dystrybutorów Programów Telewizyjnych SYGNAŁ**

SDPT SYGNAŁ, którego celem jest przeciwdziałanie kradzieży sygnału telewizyjnego, służy ochronie własności intelektualnej, tym samym praw konsumentów, nadawców, dystrybutorów i licencjodawców programów telewizyjnych. Powstało w 2001 roku, a obecnie należą do niego: telewizja nc+, Cyfrowy Polsat, UPC Polska, VIMN Polska, HBO Polska, Orange Polska, Lege Artis Service, Telewizja Polsat, Redefine, Nagravision, Irdeto. Współpracuje z innymi organizacjami mającymi podobne cele, a także organami ścigania.

Przez 11 lat działalności Stowarzyszenie przeprowadziło łącznie 225 szkoleń dla ponad 14 000 przedstawicieli organów ścigania. Wśród nich znalazły się szkolenia dla policjantów z Wydziałów do Walki z Przestępczością Gospodarczą, prokuratury oraz szkół policji. SYGNAŁ zrealizował do tej pory cztery kampanie edukacyjne budujące świadomość negatywnych skutków piractwa, przygotowuje raporty i stanowiska w sprawach dotyczących konieczności poszanowania własności intelektualnej.